الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري

أ. زاوي رفيق – جامعة محمد البشير الإبراهيمي – برج بوعريريج.

أ. باقسام مريم– جامعة محمد البشير الإبراهيمي – برج بوعريريج.

أ. طهراوي حسان – جامعة عبد الرحمان ميرة – بجاية.

ملخص:

نظم المشرع الجزائري شأنه شأن التشريعات المقارنة التجارة الالكترونية في القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 في المواد من 01 إلى 50، أين نص فيه على جملة من الضمانات التي تعمل على تشجيع المستهلك الالكتروني لممارسة التعاملات عبر شبكة الانترنيت باعتباره الطرف الضعيف في محور العملية الاستهلاكية سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا ومنحه الثقة وكذا حمايته من مخاطر التعاملات في نطاق التجارة الإلكترونية، التي قد يتسبب فيها المورد الإلكتروني، من خلال وضع شروط موضوعية يلتزم بها هذا الأخير قبل و بعد تنفيذ العقد من جهة و فرض جزاءات على المخالفين المنتهكين لأحد الشروط المنصوص عليها في هذا القانون من جهة أخرى، واقتراح الصلح كإجراء بديل عن العقوبات، من أجل الحفاظ على استقرار المعاملات التجارية في الفضاءات الالكترونية.

الكلمات المفتاحية: المستهلك الالكتروني، الضمانات القانونية ، التجارة الالكترونية، التكنولوجيا

Abstract :

The Algerian legislator has organized, like comparative legislation, e-commerce in Law No. 18-05 of May 10, 2018, in Articles 01 to 50, where it has stipulated a number of guarantees that promote the electronic consumer as weak part of the consumption process axis, whether it is a natural or legal person and to protect it from the risks of e-commerce transactions, which may be caused by the electronic supplier, by the establishment of objective conditions committed by the latter before and after the execution of the contract, and impose sanctions on violators who violate any of the conditions laid down. In this law on the other hand, propose a rapprochement instead of sanctions, in order to maintain the stability of commercial transactions in electronic spaces.

مقدمة :

تعتبر التجارة الإلكترونية ثمرة من ثمار التطور الحاصل في مجال الاتصالات و التكنولوجيا ، إذ أصبح من سهل جدا التسوق عبر مختلف الأسواق و المحلات التجارية عبر العالم و اقتناء سلع و خدمات

دون عناء باستخدام شبكة الإنترنيت بواسطة الوسائل الإلكترونية ،كالحاسوب و الهواتف الذكية و غيرها من الوسائل المتاحة .

فالتجارة الإلكترونية إذا هي شكل من أشكال التعامل الذي ينطوي على تعامل الأطراف ، بحيث يكون التبادل إلكترونيا بدلا من ماديا أو ماديا مباشرا [23]، غير أن هذا التعامل الإلكتروني قد تواجهه صعوبات أثناء تطبيقاته بحيث يصعب التحكم فيها ، نظرا أن مثل هذا التعامل يدخل في مجال الاتصالات عبر شبكة الإنترنيت مما يعني أن أطرافه المتمثلة في المستهلك الإلكتروني و المورد الإلكتروني قد يتفاوضون أو حتى يتعاقدون في مجالات غير تلك المعروفة في التجارة التقليدية، مما يؤدي إلى ظهور إشكالات تتعلق بالمستهلك الإلكتروني الذي قد يصبح ضحية تلاعب المورد الإلكتروني أو تعسفه أو حتى تحايله مما يستدعي من المشرع حمايته من خلال وضع جملة من الضمانات تقيه من أي شكل من أشكال الاعتداء.
وعلى هذا الأساس حثت الجمعية العامة للأمم المتحدة دول الأطراف أن تحدد أولوياتها المتعلقة بحماية المستهلكين وفقا لظروف البلد الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية، و لاحتياجات سكانه مع مراعاة تكاليف التدابير المقترحة و فوائدها[1].

و قد سارت الجزائر على هذا النهج من خلال تبني المشرع التجارة الإلكترونية شأنه شأن التشريعات المقارنة[2]في القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 ، و الذي أدرج فيه جملة من الضمانات من شأنها إضفاء حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني تجنبه تعسف المورد الإلكتروني .

وعليه و نظرا لأهمية الموضوع من الناحية التطبيقية ، لأنه يحمي مراكز قانونية لأطراف التعامل من جهة و يكرس مبدأ الاستقرار في المعاملات من جهة أخرى ، ارتأينا طرح الإشكالية الآتية : **ما مدى مساهمة التشريع الجزائري في وضع ضمانات قانونية للمستهلك الإلكتروني في مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية ؟**

وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا على المنهج التحليلي الذي يعتبر الأنسب للدراسة، مع استخدام المنهج المقارن في بعض المحطات وفقا للخطة الآتية:

المحور الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني

المحور الثاني: الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في مجال التعاقد الإلكتروني

المحور الثالث : الجزاءات و إجراء الصلح كضمان لحماية المستهلك الإلكتروني

المحور الأول: مفهوم المستهلك الإلكتروني

وسنتناول في هذا المحور تعريف المستهلك التقليدي من خلال المفهوم الضيق والموسع ، ثم بعد ذلك سنتطرق إلى التعريف الفقهي و التشريعي للمستهلك الإلكتروني مع تبيان الفرق بين المستهلك التقليدي و المستهلك الإلكتروني بالمفهوم الحديث في النقطة الأولى، وفي النقطة الثانية سنحدد الشروط التي وضعها المشرع للمستهلك من أجل اكتساب الصفة القانونية.

أولا – التعريف الفقهي للمستهلك التقليدي:

بالرغم من عدم وجود أتفاق فقهي حول إعطاء تعريف جامع للمستهلك ، إلا أنه أستقر الفقه إلى اتجاهين فكل اتجاه عرف المستهلك حسب منظوره ، و علية سنتناول فهذه النقطة ما قيل في شأن تعريف المستهلك .

تعريف الضيق للمستهلك: عرف هذا الاتجاه المستهلك بأنه كل شخص يتعاقد بهدف تلبية و إشباع حاجاته و رغباته الشخصية و العائلية [3]، و كما عرف المستهلك على أنه الشخص الذي يقوم بشراء السلع و الخدمات لاستعماله الشخصي أو استعمال أفراد أسرته أو الأفراد الذين يعيلهم[4].

وقد عرفه البعض الأخر بأنه كل شخص طبيعي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة و حاجات من يعولهم من الأشخاص وليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق مهنته أو مشروعه[5] .

وقد وصل التشدد في تضييق مفهوم المستهلك حسب هذا الاتجاه إلى استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي و عن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى و لو كان خارج مجال اختصاصاته المهنية على أساس أن هذا الأخير يكون أقل جهلا من المستهلك الذي يتصرف لأغراضه الشخصية إذا ما واجه أحدهما مهنيا محترفا أثناء تعاقدهم معه ، مما يجعل المستهلك أكثر حاجة للدفاع عنه[6].

تعريف الموسع للمستهلك: عرف أصحاب هذا الاتجاه المستهلك بأنه " كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي استعمال أو مال أو خدمة...." ، وعرفه البعض الأخر بأنه " الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتوج بقصد أن يكون هو و ذويه المستعمل النهائي له و تمتد نفس الصفة إلى المهني الذي يتعاقد خارج مجال اختصاصه " ، أي انه يعتبر و يدخل ضمن الحماية القانونية للمستهلك كل من يبرم تصرف لإشباع حاجته الشخصية و المهنية و الملاحظ أن هذا الاتجاه في تعريفه للمستهلك أضاف الشخص المعنوي ، كون هذا الأخير قد يصبح في مركز ضعف شانه شان الشخص الطبيعي، سواء من الناحية الاقتصادية بحيث قد لا يمارس نشاطا مهنيا يحصل من ورائه على

موارد مالية، ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد من اجل إشباع الشخصية ، ويكون الضعف من الفنية حين لا يتمتع بالقدرة الفنية لاقتنائه للمنتجات تماما مثل المستهلك العادي[7].

وللإشارة فان التعريف الموسع للمستهلك هو الأقرب إلى الصواب من التعريف الضيق لأنه يهدف إلى تمديد حماية المستهلك ليشمل الشخص المعنوي المشار إليه في هذا التعريف.

ثانيا – التعريف الفقهي للمستهلك الإلكتروني :

عرف الفقه المستهلك الإلكتروني على انه كل شخص طبيعي أو اعتباري يتعاقد بأحد الوسائل الالكترونية من أجل الحصول على السلع و الخدمات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية، أو احتياجاته خارج نطاق تخصصه.

كما يعرفه البعض على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بوسائل الإلكترونية بشان المنتجات التي تلزمه هو و ذويه و التي لا ترتبط بمهنته **أو** حرفته[8].

وقد عرفه الآخرون أيضا على أنه كل من يحصل بواسطة التعاقد بالوسائل الإلكترونية على سلع أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعا لحاجته الشخصية أو لحاجات الآخرين[9].

وخلاصة القول أن المستهلك التقليدي و المستهلك الإلكتروني يتفقان في جوهر العقد الذي يبرمونه لكن يبقى الاختلاف في الوسائل المستعملة، فالأول يلجأ إلى الوسائل التقليدية، بينما الثاني يستعمل الوسائل الإلكترونية الحديثة عبر شبكة الإنترنت .

ثالثا– التعريف التشريعي للمستهلك الإلكتروني:

المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري: عرفت المادة 06 من قانون 18-05[23] يتعلق بالتجارة الإلكترونية المستهلك الإلكتروني على أنه ، كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي .

ما يمكن قوله من هذا التعريف أن المشرع الجزائري اخذ بالتعريف الموسع للمستهلك ، بحيث أقحم في تعريفه الشخص المعنوي الذي بإمكانه أن يقتني سلع و خدمات لصالحه شأنه شأن الشخص الطبيعي بغرض الاستخدام النهائي .

تعريف المستهلك الإلكتروني في التشريع المقارن: لم تضع التشريعات المقارنة تعريفا خاصا بالمستهلك الالكتروني، وذلك لعدم وجود فرق بينه و بين المستهلك التقليدي من حيث الشخص المستهلك و الغرض من التعاقد، إلا في حدود الوسيلة المستعملة ، و عليه سنتناول في هذه النقطة بعض التعريفات التي قيلت

في شان المستهلك التقليدي في مختلف التشريعات المقارنة حتى نلم بمفهوم المستهلك بصفة عامة و من بينها :

تعريف المستهلك في التشريع التونسي: عرف المشرع التونسي المستهلك ، بأنه كل من يشتري منتوجا لاستعماله لغرض الاستهلاك[10]

تعريف المستهلك في القانون اللبناني: نصت الفقرة الأولى من المادة الثانية من قانون 2005 ، بأن المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، و ذلك لأغرض غير مرتبط بنشاطه المهني 11

تعريف المستهلك في القانون المصري: عرفت المادة الأولى من الأمر رقم 67 سنة 2003 المستهلك على انه كل شخص تقدم إليه إحدى المنتوجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية ، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص[12].

تعريف المستهلك في القانون الفرنسي: LE CONSOMMATEUR و قد نص عليه المشرع في قانون المستهلك في المادة التمهيدية على انه، أي شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تدخل ضمن نشاطه التجاري و الصناعي و الحرفي و الليبرالي الزراعي[13].

رابعا– عناصر تحديد صفة المستهلك:

1– الشخصية القانونية للمستهلك :

المستهلك شخص طبيعي: يتفق الفقه و القانون على إضفاء صفة المستهلك على الشخص الطبيعي الذي يحصل على منتوج بمقابل أو مجانا لإشباع حاجاته الشخصية بعيدا عن أغراضه المهنية ، يبرر اقتصار صفة المستهلك على الشخص الطبيعي بالغرض الشخصي للاستهلاك 14، فلا يمكن تصور الشخص المعنوي يقتني حاجاته بنفسه من سلع و خدمات و غير ذلك من الأمور التي تدخل ضمن نشاط الشخص الطبيعي وهذا الرأي يتفق مع الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك .

– المستهلك شخص معنوي : ذهبت بعض التشريعات على غرار المشرع الجزائري بالأخذ بالاتجاه الذي نادى بضرورة التوسع في مفهوم المستهلك ، و هذا أمر صائب مما يجعلنا نؤيده نظرا للمبررات المقنعة التي قدمها أصحابه ، و من بينها أن محل الاستهلاك يخرج من نطاق دائرة اختصاص نشاطه المهني

و كذا عدم الارتباط المباشر بين تخصص النشاط المهني للشخص المعنوي و التصرف محل الاستهلاك[15].

– حصول المستهلك على منتوج : يعتبر المستهلك الالكتروني الطرف الأخير من الإنتاج ، فالشراء من اجل إعادة البيع يخرج عن نطاق أحكام قانون التجارة الالكترونية المنصوص عليها في القانون رقم 18-05 .

و بالرجوع إلى المادة 06 منه نجد أن المشرع عند تعريفه للمستهلك اشترط أن يكون اقتناء السلعة أو الخدمة بغرض الاستخدام النهائي ، مما يؤكد استبعاد المحترف الذي يتصرف لإغراض مهنية .

و على هذا الأساس فإن المستهلك يمكن له اقتناء سلعة أو خدمة.

– حصول المستهلك على سلعة: عرف المشرع السلعة في المادة 03 في فقرتها 17 من قانون 09-03[16] المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنها: كل شيء مادي قابل للتنازل عليه بمقابل أو مجانا.

– حصول المستهلك على خدمة: و قد عرفها أيضا المشرع في المادة 03 من فقرتها 16 من القانون رقم 09-03 على أنها: كل عمل مقدم غير تسليم سلعة، حتى و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة.

ثالثا– غرض من استهلاك المنتوج: لم يحدد المشرع في المادة 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية طبيعة الاستهلاك ، فقد يكون الاستهلاك من أجل تلبية الاحتياجات الشخصية أو لإغراض غير شخصية .

وبالرجوع إلى المادة 03 في فقرتها 01 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش نجد المشرع حدد غرض الاستهلاك بتلبية حاجات الشخصية للمستهلك أو تلبية حاجة شخص أخر أو حيوان يتكلف به .

مما يعني أن المشرع اخذ بالاتجاه الموسع حتى في مجال الاستهلاك من خلال توسيع من نطاق الاستهلاك ليمتد إلى أغراض غير شخصية.

المحور الثاني : الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني في مجال التعاقد الإلكتروني

خصص المشرع الجزائري مجموعة من الضمانات للمستهلك الإلكتروني في تعاملاته مع الموردين الإلكترونيين في المواقع المتواجدة عبر شبكة الإنترنيت من أجل خلق توازن بين المتعاقدين و حماية الطرف الضعيف و تكريس مبدا استقرار المعاملات التجارية ، و عليه سنتناول في هذا المحور الضمانات السابقة على إبرام العقد التي أقرها المشرع حماية للمستهلك في إطار قانون 18-05 في النقطة الأولى ، ثم نبين الضمانات اللاحقة في النقطة الثانية .

أولا– الضمانات القانونية السابقة على إبرام العقد: حدد المشرع الجزائري قواعد وقائية تهدف إلى حماية المستهلك من أي خطر قد يلحق به جراء التعامل بوسائل إلكترونية، فهي بمثابة التزام قانوني يسبق العقد الإلكتروني يلتزم بموجبه أحد المتعاقدين الذي يملك معلومات جوهرية فيم يخص العقد و تقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب وبكل شفافية و أمانة للطرف الأخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة[17] فهي إذا بمثابة ضمانات تحمي المستهلك الالكتروني من أي تعسف قد يلحقه من المورد الالكتروني تتمثل في :

1- يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبوقة بعرض تجاري إلكتروني و أن يوثق بموجب عقد إلكتروني يوقع من طرف المستهلك الإلكتروني طبقا لما ورد في أحكام المادة 10 من القانون 18-05.

2- يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني[18] بطريقة مرئية و مقروءة و مفهومة طبقا لما ورد في أحكام المادة 11 من القانون 18-05 .

و في هذا الإطار يجب أن يتضمن العرض على الأقل المعلومات التالية :

أ- التعريف بنشاط المورد الإلكتروني: و يكون عن طريق تنوير المستهلك و إعلامه عن طريق شبكة الإنترنت بكل المعلومات الخاصة بالمورد في موقع الإلكتروني معترف به و معتمد في الجزائر، من أجل التأكد من صحة معلومات المورد الإلكتروني و يتعلق الأمر أساسا بالبيانات الآتية :

- رقم التعريف الجبائي و العناوين المادية و الإلكترونية ، و رقم الهاتف الإلكتروني .
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي .
- طبيعة، و خصائص و أسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم .
- حالة توفر السلعة أو الخدمة .
- كيفيات و مصاريف و أجال التسليم .
- الشروط العامة للبيع ، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي .
- شروط الضمان التجاري و خدمة ما بعد البيع .
- طريقة حساب السعر ، عندما لا يمكن تحديده مسبقا .
- كيفيات و إجراءات الدفع .
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء .
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة التجارية .
- مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء .

- شروط و آجال العدول عند الاقتضاء .
- طريقة تأكيد الطلبية .
- موعد التسليم وسعر المنتوج موضوع الطلبية المسبقة و كيفيات إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.
- طريقة إرجاع المنتوج أو استبداله أو تعويضه .
- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس أخر غير التعريفات المعمول بها .

وتجدر الإشارة أن هاته المعلومات التي تم ذكرها ليست على سبيل الحصر ، و إنما ترك المشرع الحرية للمورد الإلكتروني من أجل إضافة المعلومات اللازمة التي يمكن أن تقدم معطيات أخرى للمنتوج الذي يعرض على شبكة الإنترنت، و كذا البيانات الخاصة به ، و هذا تدعيما لثقة المستهلك للتعامل في فضاء الإنترنت بارتياح و طمأنينة، و هي بمثابة ضمانات أرد بها المشرع حماية المستهلك الإلكتروني من كل اعتداء أو تعسف قد يمس به .

ثانيا– الضمانات القانونية أثناء إبرام العقد: حدد المشرع في المادة 12 من قانون 18-05 [19] ثلاث مراحل يمر بها العقد أثناء تنفيذه بين المستهلك الإلكتروني و المورد الإلكتروني لإضفاء حماية الكافية للمستهلك الإلكتروني وهي أيضا تدخل ضمن الضمانات القانونية الوقائية التي وضعها المشرع من أجل الحفاظ على استقرار المعاملات التجارية و يتعلق الأمر :

1- المراحل التي يمر بها العقد الإلكتروني:

أ- وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم و دراية تامة. هذه مرحلة من أهم المراحل المقررة أثناء تنفيذ العقد، لأنها تمكن المستهلك الإلكتروني على الإطلاع على كل الشروط من أجل إبداء موافقته على إكمال التعامل مع المورد الإلكتروني من عدمه.

ب- التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني ، لاسيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي و الوحدوي، و الكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية أو إلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة .

ج- تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.

- مشتملات العقد الإلكتروني :

نصت المادة 13 من قانون 18-05 على ما يجب أن يتضمنه العقد الإلكتروني من معلومات و هي بمثابة ضمانات للمستهلك الإلكتروني تجعله يتعاقد مع المورد الإلكتروني عبر الفضاء الإلكتروني و تتمثل في النقاط الآتية :

الخصائص التفصيلة للسلع والخدمات.

شروط و كيفيات التسليم .

شروط الضمان و خدمة ما بعد البيع .

شروط فسخ العقد الإلكتروني.

شروط و كيفيات الدفع .

شروط و كيفيات إعادة المنتوج .

كيفيات معالجة الشكاوى .

شروط و كيفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء .

شروط و الكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الاقتضاء .

مدة العقد حسب الحالة.

- الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع طبقا لأحكام المدة 2 20من قانون 18-05 .

وهذه البنود يجب أن يشتملها العقد المراد تنفيذه بين المورد و المستهلك ، و هي بمثابة ضمانات قبلية اقرها قانون 19-05 حماية للمستهلك الإلكتروني ، تساعد على السرعة في المعاملات و تعطي المستهلك الإلكتروني الثقة الكافية لإبرام العقد مع المورد الإلكتروني دون خوف .

ثالثا- **الضمانات القانونية بعد إبرام العقد** : مباشرة بعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد الإلكتروني مسئولا بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد ، سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤديي الخدمات خدمات آخرين ، دون المساس بحقه في الرجوع ضدهم .

و قد خصص المشرع الجزائري أيضا ضمانات للمستهلك الإلكتروني حتى بعد إبرام العقد الإلكتروني و تتمثل في النقاط التالية:

1- بمجرد إبرام العقد، يجب على المورد أن يرسل إلى المستهلك الإلكتروني نخسه إلكترونية، و هذا طبقا لما ورد في أحكام المادة 19.

2- تسلم فاتورة إلى المستهلك الإلكتروني من قبل المورد الإلكتروني بمجرد انعقاد بيع منتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية ، طبقا لأحكام المادة 20 .

للإشارة فان الفاتورة تحرر وفقا للتشريع و التنظيم المعمول بها، و يمكن للمستهلك أن يطلب من المورد تزويده بفاتورة بشكلها الورقي .

3- حدد المشرع أجال إعادة إرسال المستهلك الإلكتروني المنتوج على حالته ، في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني أجال التسليم في اجل أقصاه أربعة (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج دون المساس بحق المطالبة في التعويض عن الضرر للمستهلك الإلكتروني ، طبقا لما ورد في أحكام المادة 22 في فقرتها الأولى .

أما في الفقرة الثانية من نفس المادة ، فقد حدد المشرع للمورد الإلكتروني اجل خمسة عشر (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه للمنتوج من اجل إرجاع للمستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع و النفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج .

4- أضافت المادة 23 ضمانات أخرى، تعطي أكثر ثقة للطرف الضعيف بالتعامل الإلكتروني عبر شبكة الاتصالات الالكترونية و من بينها:

أ- يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته إذا كانت غير مطابقة للطلبية ، أو في حالة ماذا كان المنتوج معيبا .

ب- يجب على المستهلك إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي ، خلال مدة أقصاها أربعة (04) أيام عمل ابتداء من تاريخ الاستلام الفعلي للمنتوج ، و على المستهلك أن يشير إلى سبب الرفض .
وعلى المورد أن يتحمل مصاريف إعادة إرسال المنتوج.

ت- التزام المورد الإلكتروني في حالة إعادة المستهلك الإلكتروني المنتوجات غير المطابقة أو المعيبة : يلتزم المورد الإلكتروني وفقا لما ورد في الفقرة 03 و 04 من المادة 23 بما يأتي :

ث- تسليم جديد موافق للطلبية .

ج- إصلاح المنتوج المعيب .

ح- استبدال المنتوج بأخر مماثل .

خ- إلغاء الطلبية و إرجاع المبالغ المدفوعة دون إخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع الضرر .

د- يجب أن يتم إرجاع المبالغ المدفوعة خلال اجل خمسة عشر (15) يوما من تاريخ استلام المنتوج .

وخلاصة لما تم التطرق إليه في هذا المحور ، الذي تم تخصيصه إلى الضمانات التي نص عليها المشرع في قانون 18-05 و التي كانت في صالح المستهلك الإلكتروني ، الذي يعتبر الطرف الضعيف و المحور

الرئيسي في المعاملات التي تتم عبر شبكات الإنترنيت ، مما يدفعنا إلى تأييد موقف المشرع الجزائري لأنه شجع المعاملات الإلكترونية من خلال توفر الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني .

المحور الثالث : الجزاءات و إجراء الصلح كضمان لحماية المستهلك الإلكتروني

في هذا المحور سنتناول مختلف الجزاءات التي اقرها المشرع الجزائري ضد المورد الإلكتروني حماية للمستهلك مع إمكانية إجراء الصلح بين أطراف المعاملات الإلكترونية ، كل هذا يدخل ضمن الضمانات التي كرسها المشرع من اجل مواجهة أخطار التجارة الالكترونية .

ومن هذا المنطلق سيتم الإطلاع على مختلف الجزاءات التي رصدها المشرع الجزائري حماية للمستهلك الإلكتروني من تعسف المورد الإلكتروني، و التي تنصب كلها في خانة المخالفات في النقطة الأولى ثم بعد ذلك سنتناول إجراء الصلح كبديل عن العقوبة في النقطة الثانية .

أولا– الجزاءات المقررة للمورد الإلكتروني: وسنبين في هذه النقطة الجزاءات المقررة للمخالفات التي يرتكبها المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني و التشديد في حالات العود ، ودور الذي يلعبه القضاء في حماية المستهلك .

1– المخالفات المرتكبة من طرف المورد الإلكتروني والعقوبات المقررة لها :

أ– العقوبات الأصلية:

– كل مورد الكتروني يخالف احد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 ، يعاقب بغرامة مالية من 50000 دج الى 500000 دج .

– كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى القضائية أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني ، لمدة لا تتجاوز ستة(06) أشهر[21] .

– المخالفة الخاصة بالإشهار الإلكتروني: خصص المشرع عقوبة الغرامة المالية من 50000 إلى 500000 على كل من يخالف أحكام المواد 30–31–32 و 34 الخاصة بالإشهار الالكتروني من هذا القانون.

– يعاقب كل مورد يخالف أحكام المادة 25 بغرامة من 20000 دج إلى 200000 دج[22].

– مخالفة عدم الفوترة: أحالنا المشرع في المادة 44 من قانون 18–04 إلى المادة 33 من قانون 04–02[23] المتضمن تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، والتي نصت على مايلي : دون المساس

بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي ، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10_{24} و 11 و13 من هذا القانون ، و يعاقب بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته

ب- العقوبات التكميلية:

- يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني لمدة تتراوح بين شهر(01) إلى ستة (06) أشهر.
- يمكن للقاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني و الشطب من السجل التجاري.
- هناك إجراء أخر عندما يرتكب المورد الإلكتروني أثناء ممارسة نشاطه ، مخالفات تكون تحت طائلة عقوبة غلق المحل بمفهوم التشريع المتعلق بممارسة النشطة التجارية ، يتم تعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة بمنح أسماء النطاق في الجزائر بناء على مقرر من وزارة التجارة .

لا يمكن أن تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق[25] ثلاثين (30) يوما .

ج- العقوبة المقررة في حالة العود:

وذلك في حالة تكرار نفس الجريمة خلال مدة لا تتجاوز اثني عشر(12) شهرا تضاعف الغرامة المالية .

ثانيا- الصلح في مخالفات التجارة الإلكترونية : عرفت محكمة النقض المصرية الصلح على انه : نزول من الهيئة الاجتماعية عن حقها في الدعوى الجنائية مقابل الجعل الذي قام عليه الصلح و يحدث أثره بقوة القانون[26] و تجدر الإشارة أن الصلح إجراء إداري أو شبه قضائي، تلجا إليه الإدارة بصفتها الحكم و الخصم في نفس الوقت، بحيث يمكن أن تحدد مبلغ الصلح الذي يتم دفعه حتى تمتنع الإدارة من المتابعة الجزائية[27] .

وعلى هذا الأساس فان من بين الجرائم المشمولة بإجراء الصلح في التشريع الجزائري هي تلك المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية 18-05 ، و يتعلق الأمر أساسا بالمخالفات التي يرتكبها المورد الإلكتروني إضرارا بالمستهلك الإلكتروني لان العقوبة فيها تقتصر فقط على الغرامة ، و هو ما كرسته المادة 389_{28} من قانون الإجراءات الجزائية و التي نصت على أنها : تنقضي الدعوى العمومية بقيام المخالف بدفع مقدار غرامة الصلح ضمن الشروط و المهل المنصوص عليها في المادة 384 من نفس القانون .

وفي هذا الإطار فقد منح المشرع الجزائري صلاحيات إجراء الصلح للإدارة المكلفة بحماية المستهلك مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون، دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، و هذا طبقا لما ورد في أحكام المادة 46 من قانون التجارة الإلكترونية.

كما أضافت نفس المادة في فقرتها الثانية، أنه يجب على الأعوان المكلفون29 المنصوص عليهم في أحكام المادة 36 باقتراح غرامة الصلح على المخالفين.

وفي المقابل انه لا يسمح إجراء الصلح في حالة العود، أو في المخالفات المنصوص عليها في المادتين 37 و 38 مع المخالفين.

الخاتمة :

على ضوء دراستنا لموضوع الضمانات القانونية للمستهلك الإلكتروني قي مواجهة أخطار التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري ، والتي تطرقنا فيها إلى تحليل مختلف النصوص القانونية التي وضعها المشرع الجزائري ضمانا لحماية المستهلك الالكتروني من اعتداء ، أو تعسف المورد الالكتروني في القانون 18-05 الخاص بالتجارة الإلكترونية ، أين تم التوصل إلى النتائج التالية :

– اخذ المشرع الجزائري بالمفهوم الموسع للمستهلك في تعريفه للمستهلك الإلكتروني، و هذا بعدما أدرج في تعريفه للمستهلك الإلكتروني في المادة 06 من قانون 18-05 الشخص المعنوي مخالفا بذلك ما ذهبت إليه التشريعات المقارنة و التي أخذت بالمفهوم الضيق في تعريفها للمستهلك.

– خصص المشرع في قانون التجارة جملة من الضمانات الوقاية لحماية المستهلك الإلكتروني من كل اعتداء محتمل من قبل المورد الإلكتروني ، و تمثلت هذه الضمانات في وضع المشرع جملة من التدابير قبل و أثناء و بعد إبرام العقد من طرف المستهلك الإلكتروني مع المورد ، مما يجعل الطرف الضعيف يتحول إلى طرف قوي في التعاملات التجارية .

– رصد المشرع للمخالفات المنصوص عليها في قانون 18-05 عقوبات الغرامات المالية.

– أحالنا المشرع الجزائري على المادة 33 من قانون 04- 02 المتضمن تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، إذا تعلق الأمر بجريمة عدم الفوترة .

– اقر المشرع الصلح في المخالفات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، و منح الصلاحيات للأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة.

الهوامش:

1. سعد غالب يسين ، بشير عباس العلاق ، الأعمال الالكترونية ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2006 ، ص 209 .
2. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية ، الاونكتاد ، المبادئ التوجهية لحماية المستهلك ، نيويورك و جونيف ، 2016 .

3. إن اعتماد اللجة القانون النموذجي بشان التجارة الالكترونية في دورتها التاسعة و العشرين ، سيساعد على نحو هام جميع الدول في تعزيز تشريعاتها في تنظيم استخدام بدائل للأشكال الورقية للاتصال و تخزين المعلومات ، و على صياغة هذه التشريعات في حال عم وجودها ، قانون الاونيسترال النموذجي بشان التجارة الالكترونية مع دليل التشريع 1996 ، و مع المادة الإضافية 5 مكرر1 بصيغتها المعتمدة عام 1998 .
4. جمال زكي ، البيع الالكتروني للسلع المقلدة عبر شبكة الانترنت ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2008 ص 66 .
5. الحاج طارق ، التسويق من منتج إلى مستهلك ، الطبعة الأولى ، دار الصفا للنشر ، الأردن، 1999 ص 49 .
6. نبيل محمد احمد صبيح ، حماية المستهلك في التعاملات – دراسة مقارنة – مجلة الحقوق ، العدد 02 ، الكويت 2007 ص 174 .
7. عبد الله ليندة ، المستهلك و المهني، مفهومان متباينان، مداخلة تم تقديمها في الملتقي الوطني المنعقد بمعهد العلوم القانونية و الادارية بالمركز الجامعي بالوادي، حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي 13 و14 أفريل2008 ص21.
8. حمد لله محمد حمد الله ، حماية المستهلك في الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي مصر ، 1997 ، ص 11 .
9. أبو عمرو مصطفى أحمد، الالتزامات بالإعلام في عقود الاستهلاك، دراسة في القانون الفرنسي و التشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية مصر ، 2010 ، ص ص 94 – 95 .
10. أبو عمرو مصطفى أحمد، نفس المرجع ، ص ص 94 – 95 .
11. القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية (ج ر العدد 28 بتاريخ 16 ماي 2018) .
12. القانون رقم 117 المؤرخ في 07 ديسمبر 1992 ، الفصل الثاني ، الفقرة "د".
13. القانون رقم 659 المؤرخ بتاريخ 04 فيفري 2005 (ج ر 06 بتاريخ 10 فيفري 2005) .
14. الأمر رقم 67 الصادر بتاريخ 19 مايو 2006 (ج ر عدد 20 مكرر بتاريخ 20 مايو 2006) .
15. *loi n° 2017-203 du 21 février 2017 ratifiant les ordonnances n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative a la partie législative du code de la consommation et n° 2016-351 du 25 mars 2016 sur les contrats de crédit aux consommateurs immobiliers a usage d'habitation et simplifiant le dispositif de mise en œuvre des obligations en matière de conformité et de sécurité des produits et services.*
16. عمر محمد عبد الباقي ، حماية العقدية للمستهلك ، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون ، منشاة المعارف ، الإسكندرية ، مصر ، 2004 ،ص 24 .
17. نقلا عن اكسوم علام رشيدة ، المركز القانوني للمستهلك الالكتروني ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو ، الجزائر ، تاريخ المناقشة 12 جوان 2018 ، ص 36 .
18. القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش (ج ر العدد 15 بتاريخ 08 مارس 2009).
19. عبد الرحمان خلفي ، حماية المستهلك في القانون التجاري ، دراسة مقارنة ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث العلوم الانسانية ، 1 ، 2013 ، ص ص 06-07 .
20. عرف العرض التجاري أو الإعلان التجاري على انه : وسيلة تهدف إلى التأثير النفسي على المستهلكين تحقيقا لغايات تجارية ، يفترض فيه التكرار و الإلحاح و تسليط الفكرة على المتلقي باستخدام كل ما من شانه إلهاب الخيال ، واجتذاب العين و إطراء الأذن ، في نفس الوقت الذي يتم فيه إظهار محاسن المنتج ، أو الخدمة بقصد حث المستهلك و تحريضه على الاستهلاك . انظر موفق حمادة عبد ، الحماية المدنية في عقود التجارة الالكترونية ، دراسة مقارنة ، مكتبة السنهورية و منشورات زين الحقوقية ، بغداد ، العراق ، 2011 ، ص 40 .
21. القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

22. نصت المادة 02 من قانون 18-05 على مايلي : يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات الالكترونية في حالة ما إذا كان احد أطراف العقد الالكتروني – متمتعا بالجنسية الجزائرية ، أو ، – مقيما إقامة شرعية بالجزائر ، أو ، – شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري ، – أو كان العقد محل إبرام او تنفيذ في الجزائر .
23. -المادة 39 من القانون رقم 18-05 .
24. -نصت المادة 25 من القانون رقم 18-05 على انه : يجب على كل مورد الكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة و تواريخها و إرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري .
25. قانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يتضمن تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية (ج ر ، العدد 41 بتاريخ 27 يونيو 2004).
26. نصت المادة 10 من قانون 04-02 على مايلي : يجب أن يكون كل بيع سلع ، أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوب بفاتورة ، يلزم البائع بتسليمها و يلزم المشتري بطلبها منه ، وتسلم عند البيع أو عند تأدية الخدمة.
27. يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة ، ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها المستهلك .
28. عبارة عن سلسلة أحرف و/أو أرقام مقيسة مسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق و تسمح بالتعرف و الولوج إلى الموقع الالكتروني .
29. عبد الرحمان خلفي ، الإجراءات الجزائية ، في التشريع الجزائري و المقارن ، الطبعة الرابعة ، دار بلقيس ، دار البيضاء ، الجزائر 2018 ، ص 247 .
30. عبد الرحمان خلفي ، نفس المرجع ، ص 247 .
31. الأمر 66-155 المؤرخ في 08 جوان 1966 1966(ج ر المؤرخة في 11-06- 1966) المتضمن قانون العقوبات ، معدل و متمم.
32. نصت المادة 36 من قانون 18-05 على انه : زيادة على الضباط و أعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية ، يؤهل لمعاينة مخالفات أحكام هذا القانون ، الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة .